

- . Selon une de ces recommandations, les gouvernements devraient éliminer sur le plan bilatéral les obstacles aux investissements d'entreprises, aux alliances stratégiques et aux échanges technologiques;
- . L'autre recommandation pressait les Canadiens de chercher à mieux comprendre l'évolution de la demande, qui crée des possibilités d'exportation de produits à haute valeur ajoutée au Japon.

Permettez-moi de commencer par la deuxième de ces deux recommandations - celle pressant les Canadiens d'accorder une plus grande attention aux secteurs à forte croissance du marché d'importation japonais. Je lance ici un défi aux Canadiens : profitez davantage des possibilités ouvertes par cette croissance. J'invite également nos amis japonais à collaborer avec des entreprises canadiennes pour mettre au point et fournir les nouveaux produits dont l'économie du Japon a besoin.

Le gouvernement du Canada a récemment montré qu'il appuyait l'élargissement des liens d'affaires en établissant une présence canadienne dans tout le Japon.

En novembre 1991, j'ai inauguré le nouveau consulat commercial canadien à Fukuoka. Mon collègue, l'honorable Tom Hockin, ministre d'État aux Petites entreprises et au Tourisme, a ouvert notre consulat commercial à Nagoya en novembre dernier. Ces initiatives ont suivi la nomination par le Premier ministre, en mai 1992, de délégués commerciaux honoraires à Sapporo, Sendai et Hiroshima, qui tous travaillent depuis à resserrer les liens économiques entre le Canada et le Japon dans les domaines où notre présence était jusqu'ici limitée.

Malgré ces initiatives et les autres efforts généraux déployés pour développer les affaires avec le Japon, la performance du Canada en matière d'exportation vers ce pays ces deux dernières années a été décevante, diminuant de 13 p. 100 en 1991 et n'augmentant que légèrement en 1992. L'an dernier a été par ailleurs la neuvième année consécutive où nos importations en provenance du Japon ont dépassé nos exportations vers celui-ci.

Cette situation est particulièrement affligeante pour les Canadiens à un moment où le marché d'importation du Japon a connu une croissance record. Elle représente des occasions ratées pour nos partenaires japonais également.

Il est clair que nous avons fort à faire pour recouvrer et augmenter notre part du marché au Japon. C'est une des bonnes raisons que nous avons de lancer ce défi aux entreprises canadiennes.